综艺《2060》中虚拟偶像的身体拟像特征与审美转化探究

张继宇
（西华大学，四川 成都 610097）

摘要：【目的】分析其背后潜在的社会现象与问题，以期为国产虚拟偶像的审美转化提供启示。【方法】文章以内容分析法为主要研究方法，对综艺《2060》中出场的 25 个虚拟偶像的身体拟像进行编码。【结果】研究发现，虚拟偶像里中老年形象的缺失，折射出现代的容貌焦虑。资本为粉丝提供了一套审美符号幻象，在阳刚与阴柔二元对立的消解中产生了新的审美理念，同时虚拟形象普遍受国外二次元文化影响较深，难以自成一格、破圈成长。【结论】我国虚拟偶像的发展能够从以下 3 个方面寻求审美转化启示，即加强现实主义核心价值观，贴近大众日常生活，实现多元化形象交流对话，并对传统国学资源进行融合运用。

关键词：虚拟偶像；《2060》；身体拟像；亚文化；审美　　中图分类号：G114　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2023）04-091-05　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2023.04.019
本文著录格式：张继宇．综艺《2060》中虚拟偶像的身体拟像特征与审美转化探究 [J]. 中国传媒科技，2023（04）：91-94，99.

导语

虚拟偶像起源于日本，在当下的中国逐渐显现出独一无二的价值。国内较早成熟的虚拟偶像有洛天依、乐正绫等，随着科技的发展，计算机生成的虚拟人物越来越“拟人”，从 2D 动画人物发展到 3D 超写实虚拟人物，虚拟偶像不可避免地作为元宇宙的重要角色率先与现实世界接轨。《2060》是 2021 年 10 月江苏卫视播出的一档国产原创动漫形象舞台竞演类节目，也是首档电视播出的由虚拟人物参演的综艺节目。与早期同类网络节目相比，《2060》汇集了全国顶尖动漫设计师，拥有着更完善的技术与优质的视觉体验，让虚拟生命走进更多人的视野。笔者以此节目中的 V-life 虚拟偶像作为研究对象，将其身体拟像特征进行编码分析，从而透视背后的社会现象和问题，进一步探究我国国产虚拟偶像如何进行有效审美转化的问题。

1. 虚拟偶像研究现状

1.1　虚拟偶像的发展现状与运作模式

随着人们消费水平的增长与兴趣社群的壮大，以及人工智能技术的不断完善，中国虚拟人产业正处于快速发展阶段。根据艾媒咨询（iMedia Research）的数据，中国的虚拟偶像产业保持了稳定的增长趋势，2021 年的市场总规模为 1074.9 亿元，其核心虚拟偶像市场规模为 62.2 亿元，2022 年我国网民对虚拟人的关注度上涨 87.8%，预计至 2024 年我国泛娱乐市场规模将会冲破 17000 亿元。[1] 虚拟偶像能否获得较高的粉丝数量和强大的融资能力，很大程度上取决于年轻人的消费偏好、技术研发与营销能力、安全性问题。当下虚拟偶像的运营模式基本上是“娱乐机构 + 技术机构”，娱乐机构负责形象开发、角色塑造和广告宣传等，技术机构主要负责提供有关技术。受欢迎的虚拟偶像普遍具有较高的个性与外观辨识度，当人设成熟后，以足够的流量支持为基础，通过品牌代言、直播带货等进一步实现流量变现。[2]

1.2　Z 世代的自我心理投射

喜爱二次元的 Z 世代对流行文化产生着重要影响，他们的生活、社交互动和消费的数字化与虚拟化使虚拟偶像成为大众文化的一部分，吸引越来越多的品牌开始采用虚拟 KOL（关键意见领袖）来引流。

随着亚文化的推动及 Z 世代消费水平的提高，虚拟偶像抓住了 Z 世代人群的心理需求，具有完美人设与零距离感，给予 Z 世代人群以独立想象空间，满足现实生活中缺少的交往与认同，产生理想与情感的寄托。[3] 作为文化消费符号的虚拟偶像，是粉丝确证自我本质力量的方式之一。观众将他们的希冀和梦想投射到虚拟偶像身上，于是受到宠爱的虚拟

偶像的一举一动便成了特定社会阶层、年龄与性格的粉丝的理想生活模式。[4] 虚拟偶像可以长久地使粉丝通过与其互动这种极富创造与创新力的过程来收获认同和满足。[5]

1.3 对传统娱乐生态的解构

计算机技术已全面渗入当代影视制作领域，形成了数字化的现代生成逻辑，虚拟偶像群体造就新一轮的消费景观，从技术性与物质性的显在到艺术性与语言性的潜在，都发生着本体意义上的变更，势必会引起传统娱乐生态的变化，推动其走向新型电影产业化、娱乐智能化、娱乐游戏化。[6]

顾名思义，动作捕捉是一种记录并数字化运动动作的技术。[7]，虚拟偶像的产生除了动捕，还基于 Vocaloid 系统和全息投影技术。基于虚拟的身体维度，虚拟偶像为集体提供了一个生态系统平台，在此，粉丝能够相互交流，甚至创造属于自己心目中的“虚拟偶像”，体验型塑过程中的快乐与成就感。[8] 这种粉丝参与突破了传统粉丝文化的权利关系，对传统娱乐生态进行颠覆与重构。作为生产客体，虚拟偶像克服了真人生理、心理上的局限，拥有更持久的人设，并出现了“第三种生产”，即真人偶像与虚拟偶像同台共舞。[6]

1.4 技术操控下“灵韵”的消失

在后现代视觉社会中，现实是被建构的。人们生活在一个“超现实”的世界里，这种“超现实”主要通过媒体技术对现实世界的想象性再现而得到表达。[9] 虚拟偶像的“超现实”存在，通过科技增能与不同情境下的展示，强化了公众的认知，使受众依赖于媒体生产的幻象，无意识中成为资本消费的对象。[10] 通过技术和媒体，虚拟偶像构建了超越现实的理想化身体形象，并将其扩展为大众编码的身体工业，通过技术操纵的身体早已失去了“灵性”，逐渐将真实的身体体验转化为复制性的工业生产。[11]

1.5 男权凝视下的气质规训与符号消费

福柯的权利理论指出，话语在一定意义上即是权利的体现，权利在文化机制的话语中运作。[12] 鲍德里亚指出，象征性价值意味着当一个物品作为符号被消费时，它的价值是根据它所代表的权利及其社会地位等因素而不是成本或劳动价值来决定的。[13] 通过权利话语与技术的赋权，虚拟偶像的身体被数字编码与符号化，作为一种符号，被構建为可被媒体观看和评估的象征性景观。[14]

通过技术与媒体机制，虚拟偶像构建了契合男权社会期望的女性身体景观，将性别意识形态内化，以满足用户对二次元与女性气质结合之下的符号消费欲望。[11] 粉丝通过对技术的掌握，拥有了同时进行情感劳动和情感消费的双重情感体验，与此同时实现对女性气质的规训与消费。[5]

2. 问题的提出与研究意义

国内对虚拟偶像的研究从 2018 年起迅速增多，在阅读了一定文献的基础上，笔者发现目前对虚拟偶像拟像身体进行具体量化分析的这一研究主题还存在空缺，笔者认为只有理解了研究对象的虚拟化身体本身，才能深入理解铭刻于其“身体”之上的意义，从而指导产业发展。因此，笔者借助“拟像”的概念，与身体美学结合，对综艺节目《2060》中这些具有一定代表性的虚拟形象从不同的、较有区分度与重要性的方面进行编码，在此基础上分析当前国内虚拟偶像自身存在的问题，以期对我国虚拟偶像的审美转化提供一些启示。

3. 研究方法

主要以内容分析法作为具体研究方法，对综艺《2060》中各个角色的拟像身体进行操作化编码，对其形象特征做量化分析。

4. 编码实施过程

研究对象包含了《2060》中全部出场的 25 个人与 1 个非人形象，它们分别是：点赞仙、聆秋、无限少女、弦、宫、星瞳、七海、孟姜、织织、天气阿准、云悠悠、凛岐、浓密仙、七、沐汐、芙莜儿、艾瑞思、姬旋儿、炫彩、向初、绯红海莉、KUMA、ZOZO、小兔、指月、电视鸡。下表是对其身体拟像的具体编码内容，括号内表示具有某一拟像特征的虚拟偶像的数量。由于非人形象的拟像特征与人相差较大，不与其他角色一并放入此表。

表 1 身体拟像类目与编码要素表

身体拟像类目	编码要素
年龄	1. 少年（12） 2. 青年（13） 3. 中年 4. 老年
性别	1. 性别：①男（1） ②女（24） 2. 性征：①清晰（24） ②模糊（1）
头部特征	1. 脸部轮廓：①刚直 ②柔和：圆润（14）修长（11） 2. 眉毛：①粗 ②细（25） 3. 眼睛：①大（12） ②中（13） ③小 4. 鼻子：①挺拔（10）②小巧（15） 5. 头发：①长发：双马尾（7）其他（12） ②中短发（2） ③短发（4） 6. 发色：①黑（7）②棕（2）③白（8）④其他（8）
身体特征	1. 身高：①高（10） ②中（12） ③矮（3） 2. 肤色：①白（10） ②黄（15） ③黑 3. 服饰：①功能性为主（5） ②装饰性为主（20） 4. 服饰风格：①现代（15）②机甲（4）③古风（4） ④混搭（2）

4.1 年龄编码

一般来说，人们会通过皮肤的松弛程度、粗糙程度、面部瘢痕、脸型、五官、体态等要素去判断一个人的年龄，由此大致分为少年、青年、中年、老年。大多数虚拟偶像从“出生”起就拥有自己的年龄设定，即便没有明确的年龄设定，人们也能够从其外观清晰地辨认出，这些虚拟偶像普遍以青少年为主，年龄处于15~25岁之间，具有明显偏年轻化的身体与气质。

4.2 性别编码

性别编码一级类目下有性别和性征两个二级编码，性征分为清晰与模糊，以进一步区分拟像的男性化或女性化气质。可以看出，研究对象在性别上具有明显偏向，绝大多数为女性，且女性性征清晰，而唯一一位男性形象则男性性征模糊，气质偏女性化。

4.3 头部特征编码

头部拟像从脸部轮廓、眉毛、眼睛、鼻子、头发、发色这几个要素来具体划分其主要特征。研究对象皆具有柔和的脸部轮廓、细长的眉毛、偏小巧的鼻子，总体面部特征精致柔美。大多数都具有符合现代审美观的大眼睛。头发以长发居多，长发又以双马尾为典型。发色以黑、白为主，其他颜色还包括了棕、红、蓝、黄。

4.4 身体特征编码

身体拟像特征分为身高、肤色、服饰与服饰风格。从整体身体比例上看，研究对象普遍中等身高，极个别身材较为高大。肤色整体偏白，黄皮肤与白皮肤的区分极其细微。服饰上仅少数几位具备明显功能性，其余皆以装饰性为主。现代装束居多，其次是机甲混搭风与纯古风。

5. 研究发现

5.1 中老年形象的缺失：容貌焦虑与审美幻象

虚拟偶像中老年形象的缺失，折射出人们的现代性容貌焦虑。生活的富足使人们的日常审美需求与符号消费需求快速增加，这既是发展的必然结果，也是发展道路上的新挑战。然而无数人掉入了“颜值即正义”的陷阱，容貌焦虑已经成为年轻人普遍存在的“心病”。所谓容貌焦虑，是人们对自己的长相或身材感到不满而产生的忧虑心理，受单一化主流审美的影响，对自己的外表缺乏信心，是形成容貌焦虑的主要原因之一。同时，个体认知被互联网整合成群体共识，逐渐演变为一种重大社会现象，而大众媒体亦不断强化着身体本身作为消费客体的需求，虚拟偶像于是成为众多缓解容貌焦虑的消费方式之一，它们以近乎“完美”的外貌和身材，反映出人们的审美年轻化，满足了粉丝对美丽的崇拜和追求，在资本对受众心理的把控下，使粉丝们沉浸在虚拟偶像被包装出的美好幻想之中，进而造成审美的异化和对现实的逃避，千篇一律的大长腿、大眼睛等拟像特征，一定程度上限制了人们对“美”的定义，产生审美趋向单调的误区。

5.2 “阳刚”与“阴柔”二元对立的解构：新审美理念的生产

虚拟偶像拟像身体呈现出的审美风尚与理念，打破了传统“阳刚”与“阴柔”二分法的审美观，具有性别气质多元化的审美追求。从生产端看，我国部分设计师开始用酷炫的机甲元素包装女性V-life，呈现出与传统女性V-life形象不同的成熟霸气风格，同时男性V-life反而被阴柔化、中性化，一方面体现出我国国漫设计师的自觉审美创造，另一方面也反映了一种主流的审美风格转向，以期通过虚拟偶像的设计与生产赢得更多的审美文化领导权。事实上审美不可能是一成不变的，反而是动态的、多元的，这种新审美理念的生产在打破单一审美场域、引导审美走向多元包容的意义上是值得肯定的，但同时，虚拟偶像的生产也不能仅仅以消费群体一时兴起的审美口味为唯一标准，不应追求绝对的审美差异化，应在尊重合理审美需求的前提下，肩负起创造中国特色审美文化的责任。

5.3 接受端受外国文化影响深刻——难以“破圈”成长

由于虚拟偶像目前在我国仍是处于小众圈子内的亚文化现象，在这个圈子内活跃的粉丝大部分是深受日本文化影响的二次元御宅族，一些审美创造有时难以被极具风格化的群体所接受，造成各种多元风格的虚拟形象在早期就被淘汰，只有具备所谓二次元“萌系”气质的虚拟偶像才被认为具有较为持久的经济后劲。这从《2060》中女性虚拟偶像明显的头部特征可以看出，比如，双马尾代表了傲娇，白发代表了勇敢、腹黑和超强的实力等，这些都是日本ACG（动画、漫画、游戏）文化中公认的文化符号，是设计者以粉丝兴趣为导向设定的拟像元素，体现出我国虚拟偶像背后鲜明的日本文化输入与繁衍。从长远来看，虚拟偶像作为未来元宇宙的重要载体之一，如果仅囿于外国虚拟偶像的框架发展，仅满足于亚文化圈内人士的审美需求，将难以被更广泛的群体所认同，无法“破圈”成长，我国本土化的元宇宙发展也无从谈起。摆脱发达国家对我国潜在的文化审美殖民，追求更加开放多元的虚拟偶像身体美学是形势所需。

5.4 国风元素融合牵强——难以自成一格

从《2060》中虚拟角色极具装饰性却较少功能性支撑的身体外观来看，拟像身体与国风元素仅是简单相加，身体拟像对中华文化的呈现还处于初级阶段，文化内涵较为单薄，同类型角色可替换性强，这也是很难让观众产生共情的原因之一。虽然古风 + 机甲一类的混搭风，因同时具有古代和未来科技感，与单纯的现代装束相比，人气更高，但观众只是暂时被设计师连夜赶制的高级特效吸引了眼球。毕竟 AR 虚拟世界与现实世界最大的区别，就是能够让人们体验到现实中不可能体验的场景，而设计师在人物身上有意添加的国风元素却没有引起注意。除了无限少女手中的毛笔在表演时派上了用场，其他虚拟偶像身上的国风元素几乎没有让观众接收到任何文化符号的意义与价值。这一方面反映出我国虚拟偶像设计师对传统文化的理解还不够深刻，没能借助表演去展现其具体文化内涵，另一方面可见国产虚拟偶像的身体拟像与中华文化之间还有很大的融合空间，优秀的中国特色动漫形象尚待挖掘。

6. 审美转化启示

6.1 核心驱动力：现实主义精神

虚拟偶像需以现实主义精神作为核心驱动力。虚拟数字人要想“鲜活”起来，最重要的是用充满温情与现实主义价值的优质故事作为支撑，以此与现实世界对接，才能有效地令观众产生情感投射。情感是虚拟空间中不可或缺的核心要素，虚拟偶像不是一具皮囊，它慰藉人们心灵的同时应使人们得到直面现实的勇气，传达积极正确的价值观，缓解现代人内心的焦虑。在这方面，抖音虚拟网红柳夜熙即是一个典型成功案例，其发布的每一条短视频都在为自身赋值，最初略显花哨的妆容打扮，被后续呈现的一系列极具现实主义精神内核的故事有效支撑了起来，观众不仅不会觉得她只是个精致的、冷冰冰的机器人，反而会觉得她是真实生活在人们之间的人类的朋友。此外，《2060》中唯一一个进入前 4 强的非人虚拟生命电视鸡，也正因背后丰满的故事与情感支撑，才能以特殊的、极简单的身体形象打败了众多拥有高级特效加持的虚拟生命，获得了观众的情感回馈。

结合我国国情，将现实主义精神融入虚拟偶像的“剧本”创作，发扬社会主义核心价值观，才能使其立得住、行得远，顺利“破圈”发展，通过各种形式被主流文化收编，从而迎来更大的市场。

6.2 实现平等对话：多样化审美体系

审美多样性是人类的独特魅力所在，也是保证社会文化包容性的关键。构建开放多元的虚拟形象审美文化，树立正确的审美价值观，是虚拟偶像产业所应承担的审美责任。

作为一种青年亚文化，虚拟偶像拟像身体的一些风格特点与传统主流价值观念存在一定差异。正如在《2060》节目中，嘉宾唐国强对虚拟偶像的一些评价便折射出新老一辈的审美差异，长短袜、白头发等拟像特征不易被老一辈人所理解。另一方面，如今的青年亚文化与其父辈文化和主流文化之间也会产生一定的反哺效应。周晓虹在《文化修养：变化社会中的代际革命》一书中提到，老一辈人最初无法接受新兴的流行亚文化，但他们会随着社会的变化逐渐改变想法，部分接受年轻一代的新思想和文化时尚，并在审美理念和生活情趣上越来越向年轻一代看齐，渐渐与变化中的社会接轨。比如，老一辈人曾严词拒绝青年一代推出的迪斯科舞蹈，认为这是一场文化灾难，但很快又表现出了和年轻一代一样的热忱与喜爱。[15] 近几年来，文娱企业积极跟随我国社会主义文化强国的建设，虚拟偶像在美学风格上也开始在传统美学文化中寻找灵感，借鉴传统戏曲、舞蹈、乐器等艺术元素来丰富其舞台效果……由此可见，新兴审美观与传统审美观、亚文化与主流文化之间始终处于互相作用、互相借鉴、相互融合的过程中。历史发展的脚步不会停止，未来更加多样化的审美需求都将有它的立足之地，以实现审美的包容、交流与共生。

6.3 继承传统：国风美学资源的有效运用

摆脱外国文化审美霸权、构建中国自己的原创虚拟偶像，是推动中华文化创造性转化与创新性发展的重要一环。在虚拟偶像的运营过程中，这方面已经有了一些成功的尝试，例如虚拟偶像洛天依曾多次在电视舞台上穿汉服、唱古风歌曲。不久前的北京冬奥会文化节上，洛天依身着中式旗袍，一首《Time to Shine》为冬奥会应援，契合了开幕式科技与艺术相融合的精神，为世界各国展现了我国的大国风采，取得了良好反响。国风之所以流行，是因为中华文化本身具有充沛的美学资源，能够唤醒国人内心深处的文化基因。国风元素与虚拟偶像之间的融合不应是表层的、生硬的，应以优秀传统文化精神为内核，将其贯穿于虚拟偶像的身体表演的方方面面，探索更高级、自然的审美形式，而不是简单追求华丽繁复的服饰外观。

结语

当今社会，虚拟偶像对传统娱乐生态的影响越来越大，各大领域头部厂商纷纷下注，出现了大量以次

（下转第99页）